

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Beberapa tahun terakhir fenomena *Korean Wave* telah menyebar secara global. Lagu-lagu K-Pop saat ini sangat mudah ditemui. Selain itu, drama-drama asal Korea Selatan juga digemari oleh banyak orang. Serta produk-produk kecantikan dan *fashion* asal Korea Selatan saat ini sangat laku di pasaran. Adanya fenomena *Korean Wave* telah membuat daya tarik Korea Selatan saat ini sangat tinggi terutama di kalangan anak muda di berbagai belahan dunia.

Korean Wave atau dalam bahasa Korea disebut *Hallyu* adalah istilah yang digunakan untuk fenomena menyebarnya budaya dan industri hiburan (film, drama, dan musik) yang berasal dari Korea Selatan.¹ *Korean Pop Music* atau yang biasa disebut dengan K-Pop merupakan bagian *Korean Wave*. Istilah K-Pop merujuk pada genre musik yang dibuat oleh masyarakat Korea dan dinikmati baik oleh masyarakat Korea maupun masyarakat internasional.²

Popularitas *Korean Wave* bermula saat drama Korea mulai populer di Tiongkok dan Jepang pada tahun 1990-an.³ Drama *What is love all about*

¹ *Korean Wave*, diakses dalam <http://www.korea.net/Government/Current-Affairs/Korean-Wave?affairId=471> (21/03/2017, 00:03 WIB)

² Oh Ingyu dan Lee Hyo-Jung, *K-Pop in Korea: How the Pop Industry is Changing a Post-Developmental Society*, Cross-Currents: East Asian History and Culture Review, E-Journal No.9, hal. 105.

³ Doobo Shim, *The Growth of Korean Cultural Industries and The Korean Wave*, East Asian Pop Culture: Analysing the Korean Wave. hal.25

memperoleh popularitas yang tinggi di Tiongkok setelah ditayangkan melalui CCTV⁴ pada tahun 1997.⁵ Selain itu, musisi asal Korea Selatan seperti grup *boyband* H.O.T dan duo Clon juga mulai meraih popularitasnya di Tiongkok.⁶ Sejak saat itu, media Tiongkok menggunakan istilah *Korean Wave* untuk menjelaskan fenomena popularitas drama dan musik asal Korea Selatan di Tiongkok.⁷

Korean Wave memiliki popularitas yang besar di negara-negara seperti Hong Kong, Taiwan, Vietnam, Thailand, dan sebagainya. Bahkan saat ini popularitas tersebut mulai menyebar di Eropa dan Amerika.⁸ Perkembangan teknologi yang begitu pesat turut berpengaruh dalam penyebaran K-Pop ke seluruh penjuru dunia. Media seperti YouTube yang saat ini telah sangat berkembang membuat K-Pop dapat dengan mudah diakses oleh siapapun, kapanpun, dan di manapun sehingga membantu penyebaran K-Pop.⁹

Kesuksesan industri K-Pop juga tidak lepas dari peran pemerintah Korea Selatan. Kementerian budaya, olahraga, dan pariwisata Korea Selatan memberikan bantuan dana pada industri hiburan Korea yang pada tahun 2013 mencapai 280 juta US\$.¹⁰ Selain itu, pemerintah Korea Selatan juga secara aktif mempromosikan

⁴ CCTV merupakan akronim dari *China Central Television* yang merupakan stasiun TV nasional di Tiongkok.

⁵ Ibid.

⁶ Ibid.

⁷ Kim Ju Young, 2007, *Rethinking Media Flow under Globalisation: Rising Korean Wave and Korean TV and Film Policy Since 1980s*, Desertasi, Coventry: Cultural Policy Studies, University of Warwick, hal.13.

⁸ Ibid., hal.1.

⁹ *K-Pop A New Force in Pop Music*, Korean Culture and Information Service, Ministry of Culture, Sport, and Tourism, hal.43

¹⁰ Oh, *Op.Cit.*, hal. 116.

Hallyu. Komisi penyiaran Korea Selatan secara langsung mengunjungi India, Thailand, dan Indonesia untuk mempromosikan *Hallyu*.¹¹ Pemerintah Korea Selatan menggunakan popularitas tersebut untuk meraih keuntungan ekonomi serta menciptakan citra positif terhadap Korea Selatan.¹²

Pada bulan Agustus tahun 2015, di daerah perbatasan antara Korea Selatan dan Korea Utara terjadi ledakan ranjau yang melukai tentara Korea Selatan.¹³ Peristiwa tersebut membuat situasi di antara kedua negara memanas. Pemerintah Korea Selatan menuding Korea Utara adalah pihak yang bertanggungjawab atas kejadian itu. Oleh karena itu, pemerintah Korea Selatan menuntut pihak Korea Utara agar meminta maaf.¹⁴ Namun, pemerintah Korea Utara menolak untuk melakukan hal tersebut.¹⁵

Atas tindakan tersebut, pemerintah Korea Selatan memutuskan untuk mengaktifkan kembali pengeras suara di perbatasan Korea Selatan dan Korea Utara yang selama 11 tahun terakhir dinonaktifkan.¹⁶ Pengeras suara tersebut menyiarkan propaganda terhadap Korea Utara termasuk lagu-lagu K-Pop.¹⁷ Siaran tersebut

¹¹ William Tuk, *The Korean Wave: Who are behind the success of Korean Popular Culture?*, Tesis, Leiden: (MA) History of European Expansion and Globalization, Leiden University, hal. 24 *et. Seq.*

¹² Ibid. hal.26.

¹³ Associated Press, *South Korea resumes anti-North Korea broadcasts after land mine explosions*, diakses dalam <http://www.latimes.com/world/asia/la-fg-korea-land-mines-broadcast-20150810-story.html> (25/11/2016, 08:02 WIB)

¹⁴ Reuters, *South Korean president talks tough, demands apology from Pyongyang*, diakses dalam <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/asia/northkorea/11819790/South-Korean-president-talks-tough-demands-apology-from-Pyongyang.html> (28/11/2016, 21:09 WIB)

¹⁵ Ibid.

¹⁶ Choe Sang-Hun, *To Jar North, South Korea Used a Pop-Music Barrage*, diakses dalam http://www.nytimes.com/2015/08/31/world/asia/south-koreas-pop-music-barrage-rattles-north.html?_r=0 (21/3/2016, 00:02 WIB)

¹⁷ Ibid.

merupakan pertama kalinya pemerintah Korea Selatan menggunakan lagu-lagu K-Pop sebagai salah satu konten siaran propaganda terhadap Korea Utara. Lagu-lagu populer K-Pop seperti *Genie* yang dinyanyikan oleh *girlband* Girls' Generation, *Bang Bang Bang* yang dinyanyikan oleh *Boyband* Bigbang, dan lain-lain digunakan oleh pemerintah Korea Selatan sebagai bagian siaran propanda Korea Selatan terhadap Korea Utara.¹⁸

Hal tersebut membuat pemerintah Korea Utara memberikan reaksi keras terhadap tindakan tersebut. Kim Jong Un memerintahkan militernya untuk bersiap menyerang pengeras suara yang digunakan oleh Korea Selatan.¹⁹ Selain itu, Kim Yang-Gon yang merupakan negosiator dari Korea Utara, mengirimkan surat yang ditujukan kepada gedung kepresidenan Korea Selatan yang menyatakan bahwa siaran propaganda Korea Selatan serupa dengan pernyataan perang.²⁰ Oleh karena itu, Korea Utara memberikan ultimatum mengenai batas waktu bagi Korea Selatan untuk menghentikan siaran propaganda tersebut.²¹

Untuk mengatasi konflik tersebut, kedua pihak pemerintah Korea Selatan dan Korea Utara melakukan pertemuan untuk mencapai kesepakatan. Sehingga pada akhirnya pemerintah Korea Selatan menghentikan siaran propagandanya. Keputusan untuk menghentikan siaran tersebut dilakukan setelah pemerintah Korea Utara

¹⁸ Ibid.

¹⁹ Choe Sang-hun, *North and South Korea on Alert Over Loudspeakers Blaring Propaganda*, diakses dalam <http://www.nytimes.com/2015/08/22/world/asia/north-korea-attack-on-south-triggered-by-propaganda-loudspeakers.html> (28/11/2016, 21:50 WIB)

²⁰ Ibid.

²¹ *South Korea on top alert as North Korea's attack deadline looms*, diakses dalam <http://www.straitstimes.com/asia/east-asia/south-korea-on-top-alert-as-north-koreas-attack-deadline-looms> (28/11/2016, 22:03 WIB)

berjanji untuk menunjukkan penyesalan atas tindakan provokasi yang dilakukannya, termasuk mengenai ledakan ranjau tersebut.²²

Pada Januari 2016, pemerintah Korea Utara meng-*klaim* telah berhasil melakukan percobaan bom hidrogen.²³ Kegiatan tersebut dianggap sebagai bentuk provokasi oleh pemerintah Korea Selatan. Sehingga atas provokasi tersebut membuat Korea Selatan memberikan respon terhadap Korea Utara. Pemerintah Korea Selatan memutuskan untuk kembali mengaktifkan pengeras suara tersebut. Konten dari siaran propaganda yang dilakukan oleh Korea Selatan antara lain: lagu-lagu K-Pop, perkiraan cuaca dan potongan berita serta kritik terhadap pemerintah Korea Utara.²⁴

Meskipun persebaran budaya populer asal Korea Selatan dilarang di Korea Utara. Namun, masyarakat Korea Utara dapat mengaksesnya melalui USB dan DVD yang diselundupkan secara diam-diam.²⁵ Seorang warga Korea Utara (*North Korean*

²² Anna Fifield, *S. Korea agrees to end broadcasts as North express regret for provocations*, diakses dalam https://www.washingtonpost.com/world/asia_pacific/north-korea-hates-those-loudspeakers-because-they-make-fun-of-kim/2015/08/24/439f6039-3f37-490b-9fa1-e3b8022893e6_story.html (28/11/2016, 21:15 WIB)

²³ *Despite H-Bomb Doubts, North Korea's Nuclear Test Threatens Sanctions*, diakses dalam http://www.huffingtonpost.com/entry/north-korea-hydrogen-bomb-doubts-sanctions_us_568ddb4fe4b0a2b6fb6ebd37?utm_hp_ref=world (18/05/2016, 01:20 WIB)

²⁴ *South Korea resumes anti-North broadcast*, diakses dalam <http://www.aljazeera.com/news/2016/01/south-korea-resumes-propaganda-broadcasts-north-160108034959525.html> (18/05/2016, 01:51 WIB)

²⁵ *Bang Bang Bang! The K-Pop songs being blasted to North Korea*, diakses dalam <https://www.theguardian.com/music/2016/jan/08/bang-bang-bang-k-pop-songs-blasted-north-korea> (04/05/2017, 12:28 WIB)

defector) yang bernama Je Son Lee²⁶ mengatakan bahwa budaya populer asal Korea Selatan sesungguhnya juga disukai oleh masyarakat Korea Utara.²⁷

Berdasarkan pemaparan diatas, penggunaan K-Pop sebagai alat propaganda Korea Selatan terhadap Korea Utara menarik untuk diteliti karena pemerintah Korea Selatan memilih menggunakan K-Pop yang merupakan bagian dari budaya populer Korea Selatan sebagai salah satu konten propaganda terhadap Korea Utara dalam merespon tindakan provokasi militer yang dilakukan oleh pemerintah Korea Utara.

1.2 Rumusan Masalah

“Mengapa Pemerintah Korea Selatan menggunakan K-Pop sebagai alat propaganda terhadap Korea Utara?”

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa alasan Korea Selatan menggunakan K-Pop sebagai alat propaganda terhadap Korea Utara.

1.3.2 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Akademis

²⁶ Je Son Lee adalah seorang masyarakat Korea Utara yang meninggalkan Korea Utara (Mount Paektu) pada tahun 2011.

²⁷ Je Son Lee, *Do North Koreans Like K-pop? North Koreans like Southern pop culture more and more, but reasons differ by generation*, diakses dalam <https://www.nknews.org/2015/06/do-north-koreans-like-k-pop/> (04/05/2017, 12:23 WIB)

Penelitian ini secara akademis diharapkan dapat memberikan sumbangsih terhadap ilmu pengetahuan. Khususnya kajian komunikasi internasional yang di dalamnya membahas tentang propaganda. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai *Pop Culture* dalam Hubungan Internasional khususnya penggunaan *Korean Wave* dan K-Pop oleh pemerintah Korea Selatan serta dinamika hubungan antara Korea Selatan dan Korea Utara.

b. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan mampu membantu penulis dan pembaca dalam menambah wawasan dan informasi dalam mengkaji propaganda yang dilakukan oleh Korea Selatan terhadap Korea Utara.

1.4 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, penulis membagi penelitian terdahulu menjadi 4 kategori. Kategori pertama yaitu penelitian-penelitian mengenai *Korean Wave* dan K-Pop sebagai alat diplomasi publik. Kedua, penelitian-penelitian yang membahas propaganda melalui musik. Ketiga yaitu, penelitian-penelitian mengenai propaganda di Asia Timur. Serta yang keempat yaitu, propaganda melalui *Pop Culture*.

- a) *Korean Wave* dan K-Pop Sebagai Alat Diplomasi Publik.

Pada saat ini *Korean Wave* dan K-Pop memiliki popularitas yang tinggi di berbagai belahan dunia. Atas dasar itu, pemerintah Korea Selatan memutuskan untuk memanfaatkan popularitas tersebut dengan menggunakan *Korean Wave* dan K-Pop sebagai alat diplomasi publik Korea Selatan terhadap negara-negara lain. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Adina Dwirezanti yang berjudul ***“Budaya Populer Sebagai Alat Diplomasi Publik: Analisa Peran Korean Wave Dalam Diplomasi Publik Korea Periode 2005-2010”*** tujuan penggunaan *Korean Wave* sebagai alat diplomasi antara lain: pertama untuk mendorong kerjasama Korea Selatan dengan negara lain. Kedua, untuk memperkuat daya saing Korea Selatan melalui peningkatan citra di masyarakat internasional.

Aktivitas diplomasi publik tersebut dilakukan dengan dua cara diplomasi budaya yaitu pada aktivitas diplomasi pariwisata dengan menggunakan selebriti sebagai duta pariwisata, melalui program *Korean Wave*, dan lokasi pengambilan gambar dalam drama dan film. Aktivitas kedua adalah dengan menggunakan program pertukaran seperti melakukan seminar dan forum, program pertukaran antar negara, dan pendistribusian konten visual.

Korean Wave berperan dalam meningkatkan citra positif Korea Selatan, meningkatkan minat masyarakat asing, mendorong kerjasama dengan negara-negara lain, serta mendorong kemajuan pada bidang-bidang lain seperti olahraga, dan lain-lain. Kesuksesan penggunaan *Korean Wave* sebagai alat diplomasi publik didorong

oleh beberapa faktor, antara lain kepopuleran *Korean Wave*, komitmen pemerintah Korea Selatan, dan informasi *Korean Wave*.²⁸

Contoh penggunaan *Korean Wave* sebagai alat diplomasi publik juga ditemukan di Indonesia. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Noor Rahmah Yulia dalam skripsi yang berjudul ***“Diplomasi Kebudayaan Republic of Korea melalui Film dan Drama: Pencapaian Kepentingan Citra dan Ekonomi Republic of Korea di Indonesia”*** dijelaskan bagaimana pemerintah Korea Selatan menggunakan industri film dan drama yang merupakan bagian dari *Korean Wave* sebagai alat diplomasi budaya. Salah satu tindakan yang diambil oleh pemerintah Korea Selatan adalah dengan membentuk instansi-instansi yang mendukung kebijakan untuk menunjang industri film dan drama di Korea Selatan. Penulis juga menjelaskan bahwa tindakan tersebut dilakukan untuk mencapai kepentingan Korea Selatan yaitu membangun citra positif dan meraih keuntungan ekonomi.²⁹

Adanya persepsi mengenai citra Korea Selatan di Indonesia menghasilkan keuntungan bagi Korea Selatan. Sesuai dengan skripsi dari Ayu Riska Wahyudia dari Universitas Hasanuddin yang berjudul ***“Pengaruh Soft Diplomacy dalam Membangun Citra Korea Selatan di Indonesia”*** Pengaruh dari *Soft Diplomacy* yang dilakukan oleh Korea Selatan di Indonesia terlihat dari peningkatan wisatawan

²⁸ Adina Dwirezanti, 2012, *Budaya Populer Sebagai Alat Diplomasi Publik: Analisa Peran Korean Wave Dalam Diplomasi Publik Korea Periode 2005-2010*, Skripsi, Depok: Departemen Ilmu Hubungan Internasional, Universitas Indonesia.

²⁹ Noor Rahmah Yulia, 2013, *Diplomasi Kebudayaan Republic of Korea melalui Film dan Drama: Pencapaian Kepentingan Citra dan Ekonomi Republic of Korea di Indonesia*, Skripsi, Jakarta: Program Studi Hubungan Internasional, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Indonesia ke Korea dan jumlah konsumsi produk Korea di Indonesia juga mengalami peningkatan.³⁰

Penelitian-penelitian di atas memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini. Persamaannya adalah keempat penelitian di atas dan juga penelitian ini sama-sama meneliti penggunaan budaya populer oleh pemerintah Korea Selatan. Kemudian perbedaannya adalah penelitian ini meneliti penggunaan budaya populer sebagai alat propaganda, sedangkan penelitian di atas meneliti penggunaan budaya populer sebagai alat diplomasi publik.

Tabel Perbandingan

No	Judul dan Nama Peneliti	Jenis Penelitian	Hasil
1	Jurnal: <i>Korean Wave as Tool for Korea's New Cultural Diplomacy</i> Oleh: Gunjoo Jang dan Won K. Paik	Deskriptif	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Korean Wave</i> sebagai alat diplomasi budaya bagi Korea Selatan. - <i>Korean Wave</i> memperbaiki citra dan memberikan <i>image</i> positif bagi Korea Selatan di negara-negara lain.
2	Skripsi: <i>Budaya Populer Sebagai Alat Diplomasi Publik: Analisa Peran Korean Wave Dalam Diplomasi Publik Korea Periode 2005-2010</i> Oleh: Adina Dwirezanti	Deskriptif	<ul style="list-style-type: none"> - Pemerintah Korea Selatan menggunakan <i>Korean Wave</i> sebagai alat diplomasi publik melalui KTO dan KOFICE. - <i>Korean Wave</i> digunakan untuk menarik minat asing dan mendorong

³⁰ Ayu Riska Wahyudia, 2012, *Pengaruh Soft Diplomacy dalam Membangun Citra Korea Selatan di Indonesia*, Skripsi, Makassar: Hubungan Internasional, Universitas Hasanuddin

			kemajuan Korea Selatan dengan mendorong kerja sama Korea Selatan dengan negara-negara lain.
3	Skripsi: <i>Diplomasi Kebudayaan Republic of Korea melalui Film dan Drama: Pencapaian Kepentingan Citra dan Ekonomi Republic of Korea di Indonesia</i> Oleh: Noor Rahmah Yulia	Deskriptif	<ul style="list-style-type: none"> - Korea Selatan menggunakan film dan drama sebagai alat diplomasi budaya di Indonesia. - Diplomasi budaya dilakukan untuk meningkatkan citra Korea Selatan dan mencapai kepentingan ekonomi di Indonesia.
4	Skripsi: <i>Pengaruh Soft Diplomacy dalam Membangun Citra Korea Selatan di Indonesia</i> Oleh: Ayu Riska Wahyudia	Deskriptif	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Soft Diplomacy</i> dilakukan untuk membangun citra positif Korea Selatan di Indonesia - <i>Korean Wave</i> digunakan untuk membangun citra bahwa Korea Selatan adalah negara yang bersahabat dan kooperatif. - Citra positif Korea Selatan berguna untuk mempererat hubungan bilateral Indonesia dengan Korea Selatan.

b) Propaganda melalui musik

Propaganda melalui musik bukan pertama kali digunakan oleh Korea Selatan. Hal ini terlihat dari beberapa penelitian terdahulu yang juga membahas propaganda melalui media musik. Salah satunya adalah tesis yang ditulis oleh John Vincent Morris yang ditulis dengan judul *“Battle for Music: Music and British Wartime*

Propaganda 1935-1945". Penelitian ini membahas penggunaan musik klasik di Inggris sebagai alat propaganda pada masa Perang Dunia II yang terlihat dari penyebaran efektif baik para ahli musik dari Jerman maupun menyebarkan semangat baru Inggris dalam memajukan nilai-nilai Inggris dan sudut pandang Inggris dalam perang.

Tujuan dari propaganda ini adalah untuk meningkatkan semangat tentara di barisan terdepan Inggris, selain itu propaganda ini juga digunakan untuk menyebarkan nilai-nilai yang dianut oleh Inggris. Serta menyebarkan kemenangan sekutu atas Jerman pasca berakhirnya Perang Dunia II. Jenis musik yang digunakan dalam propaganda ini adalah musik-musik klasik. Karya komposer ternama seperti Bethoven merupakan musik yang digunakan untuk menyebarkan kemenangan sekutu pada perang dunia II.³¹

Sedangkan di Indonesia, propaganda melalui musik juga pernah diteliti oleh mahasiswa Universitas Indonesia dalam skripsi yang berjudul ***"Teknik Propaganda dalam Lirik Lagu Band Punk Marjinal"*** yang membahas propaganda yang dilakukan oleh Band Marjinal dalam lirik lagu-lagunya.

Propaganda yang dilakukan kebanyakan menggunakan teknik umpatan atau *name calling*, untuk memprotes pihak-pihak tertentu. Pihak-pihak yang menjadi sasaran propaganda ini adalah polisi, militer, penegak hukum, koruptor, politisi, kapitalisme, Amerika Serikat, dan lain-lain. Protes dilakukan untuk menunjukkan

³¹ John Vincent Morris, 2011, *Battle for Music: Music and British Wartime Propaganda 1935-1945*, Desertasi, Exeter: Bahasa Inggris, Universitas Exeter.

keberpihakan mereka pada rakyat kecil. Unsur propaganda yang dalam lagu-lagu tersebut terlihat dari makna lirik yang memotivasi munculnya kesadaran rasional dan kesadaran akan kepentingan atau melakukan penolakan terhadap suatu hal tertentu.³²

Propaganda melalui musik juga dilakukan oleh Korea Utara pada masa pemerintahan Kim Il-Sung, hal ini berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Adam Cathcart yang berjudul *“Song of Youth: North Korean Music from Liberation to War”*. Penelitian ini menjabarkan propaganda melalui musik yang dilakukan oleh Korea Utara dan juga signifikansi musik sebagai bagian dari revolusi di Korea Utara.

Kim Il-Sung menggunakan musik sebagai propaganda dengan tujuan memotivasi dan menyatukan militer serta masyarakat Korea Utara. Hal ini dipengaruhi oleh Agama Kristen dan pengalamannya sebagai pemain musik di gereja ketika masih muda. Pada masa ini ia mempelajari bagaimana musik dapat mempengaruhi emosi penyanyi dan pendengarnya. Dalam bidang militer musik juga digunakan untuk membangun solidaritas di antara pasukan militer, selain itu Kim juga menggunakannya untuk membangun semangat militer terutama dikalangan anak muda.

Pada tahun 1946, dalam pembentukan lagu kebangsaan Korea Utara Kim menekankan tujuan lagu kebangsaan tersebut harus terdiri dari semangat patriotisme, kebencian terhadap musuh, dan semangat perjuangan untuk reunifikasi dan

³² Diyah Musri Harsini, 2009, *Teknik Propaganda dalam Lirik Lagu Band Punk Marjinal*, Skripsi, Depok: Sastra Indonesia, Universitas Indonesia.

kemerdekaan negara. Selain itu Kim juga menginginkan agar menjadikan lagu kebangsaan tersebut sebagai alat untuk meneruskan dan menyebarkan nasionalisme.

Musik juga digunakan terhadap pelajar untuk meningkatkan semangat dan mendekatkan mereka dengan pemimpin. Menurutnya lagu-lagu dapat dengan disebarkan dan dipelajari dengan cepat. Selain untuk menyatukan ideologi, musik juga digunakan untuk mengajarkan seluruh pelajar untuk membaca *Hangeul* yang merupakan bagian untuk membebaskan ketergantungan terhadap bahasa asing.³³

Ketiga penelitian di atas dan penelitian ini sama-sama meneliti penggunaan musik sebagai alat propaganda. Namun, penelitian ini meneliti penggunaan musik K-Pop sebagai alat propaganda, sedangkan ketiga penelitian di atas meneliti penggunaan musik klasik, *punk*, dan juga musik di Korea Utara sebagai alat propaganda.

Tabel Perbandingan

No	Judul dan Nama Peneliti	Jenis Penelitian	Hasil
5	<p>Tesis: <i>Battle for Music: Music and British Wartime Propaganda 1935-1945</i></p> <p>Oleh: John Vincent Morris</p>	Deskriptif	<ul style="list-style-type: none"> - Inggris menggunakan musik sebagai media propaganda pada masa PD II - Propaganda tersebut untuk menyebarkan nilai-nilai dan sudut pandang Inggris - Tujuan propaganda tersebut untuk meningkatkan kan semangat tentara di

³³ Adam Cathcart, *Song of Youth: North Korean Music from Liberation to War*, North Korean Review, Vol. 4, No. 2 (Fall 2008), McFarland & Company, Inc.

			barisan terdepan Inggris
6	<p>Skripsi: <i>Teknik Propaganda dalam Lirik Lagu Band Punk Marjinal</i></p> <p>Oleh: Diah Musri Harsini</p>	Deskriptif	<ul style="list-style-type: none"> - Lirik lagu Band Punk Marjinal mengandung unsur propaganda yang disampaikan dengan teknik <i>name calling</i> atau umpatan. - Propaganda tersebut untuk memotivasi munculnya kesadaran rasional dan kesadaran akan kepentingan atau melakukan penolakan terhadap pihak-pihak tertentu. - Sasaran dari propaganda tersebut adalah protes kepada pihak-pihak seperti Polisi, penegak hukum, Amerika Serikat, dan lain-lain.
7	<p>Jurnal: <i>Song of Youth: North Korean Music from liberation to war</i></p> <p>Oleh: Adam Cathcart</p>	Deskriptif	<ul style="list-style-type: none"> - Kim Il-Sung menggunakan musik sebagai propaganda dengan tujuan memotivasi dan menyatukan militer serta masyarakat Korea Utara. - Dalam bidang militer musik juga digunakan untuk membangun solidaritas di antara pasukan militer, selain itu Kim juga menggunakannya untuk membangun semangat militer terutama dikalangan anak muda. - Musik juga digunakan terhadap pelajar untuk

			meningkatkan semangat dan mendekatkan mereka dengan pemimpin.
--	--	--	---

c) Propaganda di Asia Timur

Selain penelitian yang membahas diplomasi publik di Asia Timur, terdapat juga penelitian yang membahas propaganda di Asia Timur. Contohnya dalam tesis yang berjudul *“North Korea: The Role of Propaganda in The Sustainability of The Kim Regime”* ditulis oleh Megan L. Gill membahas mengenai propaganda yang dilakukan baik oleh Kim Il-Sung, Kim Jong-Il, maupun Kim Jong-Un agar dapat memperoleh dan mempertahankan kekuasaannya. Propaganda yang dilakukan oleh keluarga Kim adalah untuk mempengaruhi pemikiran masyarakat Korea Utara mengenai apa yang dikatakan oleh rezim Kim adalah kebenaran ataupun untuk menguatkan apa yang mereka percayai bahwa rezim Kim adalah pemimpin mereka.

Propaganda dilakukan oleh rezim Kim melalui doktrin mengenai kejayaan negara, masyarakat, dan pemimpin Korea Utara. Propaganda tersebut dilakukan dengan memanipulasi pemberitaan dan media yang ada, serta pembatasan terhadap informasi yang masuk dari luar Korea Utara. Selain mengenai kejayaan Korea Utara, media juga memberitakan mengenai keburukan yang dilakukan oleh Korea Selatan dan Amerika Serikat.

Sehingga dapat dilihat bahwa taktik yang digunakan keluarga Kim dalam melakukan propaganda adalah dengan mengubah sejarah, membuat atau melebih-

lebihkan pencapaian yang diperoleh, merendahkan bangsa lain, dan mendoktrin masyarakat Korea Utara. Semua hal tersebut dilakukan untuk mempertahankan kekuasaan keluarga Kim atas Korea Utara.³⁴

Propaganda juga dilakukan oleh Tiongkok, seperti yang ditulis oleh Anne-Marie Brady yang berjudul ***“We Are All Part of the Same Family”: China’s Ethnic Propaganda*** dalam jurnal *Current Chinese Affairs*. Tulisan tersebut membahas mengenai bagaimana Pemerintah Komunis Tiongkok menggunakan propaganda media teknologi internet dan telepon genggam untuk menyampaikan pesan persatuan di Tiongkok.

Selain itu pemerintah Tiongkok melakukan sensor terhadap konten-konten yang dianggap dapat memicu konflik di Tiongkok. Konten-konten tersebut seperti yang berkaitan dengan masalah Tibet dan Uyghur. Hal tersebut dilakukan agar pemerintah tetap dapat mengendalikan opini masyarakat Tiongkok.

Segala tindakan tersebut bertujuan untuk meredam konflik etnis yang terjadi di Tiongkok. Sasaran dari propaganda ini terbagi menjadi propaganda positif dan propaganda negatif. Sasaran propaganda positif adalah untuk meningkatkan citra nasional Tiongkok kepada masyarakat internasional, sedangkan sasaran propaganda

³⁴ Megan L. Gill, 2012, *North Korea: The Role of Propaganda in The Sustainability of The Kim Regime*, Tesis, Washington D.C: Sekolah Ilmu Berkelanjutan dan Pascasarjana Seni dan Ilmu Pengetahuan, Georgetown University,

negatif adalah untuk mengisolasi pemimpin etnis atau gerakan-gerakan tertentu yang dapat mengancam stabilitas politik Tiongkok.³⁵

Pada masa perang melawan Jepang Tiongkok juga melakukan propaganda. Propaganda tersebut dibahas dalam penelitian yang ditulis oleh Laura Pozzi dengan judul *“Chinese Children Rise Up!”: Representations of Children in the Work of the Cartoon Propaganda Corps during the Second Sino-Japanese War*. Penelitian tersebut menjabarkan tentang penggunaan propaganda melalui gambar kartun yang dilakukan oleh Tiongkok pada masa melawan Jepang pada tahun 1937-1945.

Sasaran dari propaganda tersebut adalah anak-anak. Kartun-kartun yang digunakan sebagai propaganda menggambarkan bagaimana kesengsaran yang dirasakan oleh anak-anak Tiongkok pada masa agresi yang dilakukan oleh Jepang. Jepang adalah musuh yang harus diperangi bersama sehingga mereka harus menjadi pahlawan dan melawan Jepang. Anak-anak dianggap sebagai simbol masa depan bangsa Tiongkok sehingga mereka harus dilindungi dari agresor agar dapat menyelamatkan Tiongkok.³⁶

Persamaan penelitian ini dengan tiga penelitian di atas adalah sama-sama meneliti penggunaan propaganda di Kawasan Asia Timur. Perbedaannya adalah penelitian ini meneliti penggunaan musik sebagai alat propaganda di Asia Timur,

³⁵ Anne-Marie Brady, *“We Are All Part of the Same Family”: China’s Ethnic Propaganda*, Journal of Current Chinese Affairs, Vol. 41, No. 4, GIGA German Institute of Global and Area Studies, Institute of Asian Studies.

³⁶ Laura Pozzi, *“Chinese Children Rise Up!”: Representations of Children in the Work of the Cartoon Propaganda Corps during the Second Sino-Japanese War*, Cross-currents: East Asian History and Culture Review, E-Journal No. 13 (December 2014), <https://cross-currents.berkeley.edu/e-journal/issue-13>

sedangkan ketiga penelitian di atas tidak meneliti propaganda dengan menggunakan musik di Asia Timur.

Tabel Perbandingan

No	Judul dan Nama Peneliti	Jenis Penelitian	Hasil
8	<p>Tesis: <i>North Korea: The Role of Propaganda in The Sustainability of The Kim Regime</i></p> <p>Oleh: Megan L. Gill</p>	Deskriptif	<ul style="list-style-type: none"> - Kim Il-Sung, Kim Jong-Il, maupun Kim Jong-Un melakukan propaganda agar dapat memperoleh dan mempertahankan kekuasaannya. - Propaganda dilakukan dengan memanipulasi pemberitaan dan media, serta membatasi informasi yang berasal dari luar Korea Utara.
9	<p>Jurnal: “<i>We Are All Part of the Same Family</i>”: <i>China’s Ethnic Propaganda</i></p> <p>Oleh: Anne-Marie Braddy</p>	Deskriptif	<ul style="list-style-type: none"> - Pemerintah Komunis Tiongkok menggunakan propaganda melalui internet dan telepon genggam untuk meredam konflik etnis di Tiongkok. - Sasaran propaganda terbagi menjadi dua, yaitu propaganda positif untuk meningkatkan citra Tiongkok dan propaganda negatif untuk mengisolasi pemimpin etnis atau

			gerakan-gerakan yang dapat mengganggu stabilitas politik Tiongkok.
10	E-Jurnal: <i>"Chinese Children Rise Up!": Representations of Children in the Work of the Cartoon Propaganda Corps during the Second Sino-Japanese War</i> Oleh: Laura Pozzi	Deskriptif	<ul style="list-style-type: none"> - Tiongkok menggunakan kartun sebagai media propaganda untuk anak-anak. - Propaganda melalui kartun digunakan untuk menyampaikan pesan bahwa anak-anak Tiongkok harus menjadi pahlawan untuk melindungi Tiongkok dari agresor.

d) Propaganda melalui *pop culture*

Pemerintah Korea Selatan bukan satu-satunya pihak yang menggunakan *pop culture* sebagai alat propaganda, penelitian yang ditulis oleh Shahzad Ali dkk yang berjudul *"Potrayal Muslims Characters in The Indian Movies"* menganalisa pesan tersembunyi (propaganda) dalam film-film Bollywood mengenai konflik religius antara muslim dan hindu.

Konflik religius antara umat Muslim dan Hindu di India berhubungan dengan konflik yang terjadi antara India dan Pakistan. Pada awalnya kedua pihak Muslim dan Hindu hidup secara berdampingan. Pada masa pendudukan Inggris di India hubungan antara umat Muslim dan India mulai memburuk hingga berakhir pada pemisahan negara Pakistan dan India.

Shahzad Ali dkk melalui penelitian ini membagi 3 kategori film-film Bollywood dalam menggambarkan Muslim. Kategori tersebut antara lain positif, negatif, dan campuran. Penulis mengemukakan bahwa film-film Bollywood di India sebagian besar memiliki pesan-pesan terselubung yang menggambarkan citra buruk mengenai Pakistan dan umat Muslim kepada penontonnya.

Film-film Bollywood kebanyakan menggambarkan Muslim sebagai teroris, penjahat, berandalan, dan lain-lain. Selain itu, umat Muslim juga diberikan karakter dengan standar yang rendah seperti tukang sapu dan buruh. Film-film India menggambarkan tokoh teroris dengan menggunakan pakaian Pakistan, penutup kepala yang biasa digunakan oleh perempuan muslim, janggut, dan tasbih. Dibanding dengan umat Muslim yang merupakan tokoh jahat, dalam film-film tersebut umat Hindu digambarkan sebagai nasionalis dan masyarakat Pakistan merupakan pelaku terorisme yang hanya bertujuan untuk memperoleh uang. Penulis juga menyimpulkan bahwa penggambaran Muslim melalui film-film Bollywood merupakan refleksi prasangka masyarakat India terhadap Muslim dan Pakistan.³⁷

Baik penelitian di atas maupun penelitian ini sama-sama meneliti penggunaan budaya populer sebagai alat propaganda suatu negara. Namun, penelitian meneliti propaganda melalui musik, sedangkan penelitian di atas meneliti propaganda melalui film.

No	Judul dan Nama Peneliti	Jenis Penelitian	Hasil
----	-------------------------	------------------	-------

³⁷ Shahzad Ali dkk, *Potrayal of Muslim Characters in The Indian Movies*, Pakistan Journal of History and Culture, Vol, 33, No, 1, (2012).

11	<p>Jurnal: <i>“Potrayal of Muslim Characters in The in Indian Movies”</i></p> <p>Oleh: Shahzad Ali, dkk</p>	Deskriptif	<ul style="list-style-type: none"> - Film-film Bollywood melakukan propaganda untuk menggambarkan citra buruk mengenai Pakistan dan Umat Muslim. - Karakter Muslim dalam film-film Bollywood digambarkan sebagai teroris, tokoh antagonis, dan serta tokoh dengan standar rendah dibanding dengan umat hindu yang nasionalis. - Penggambaran Muslim dalam film-film Bollywood merupakan refleksi prasangka masyarakat Muslim dan Pakistan di India.
----	---	------------	--

1.5 Kerangka Teori/Konsep

1.5.1 Teori Propaganda

Propaganda sampai saat ini tidak memiliki arti tunggal. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) propaganda adalah penerangan (paham, pendapat, dan sebagainya) yang benar atau salah yang dikembangkan dengan tujuan meyakinkan orang untuk menganut suatu aliran, sikap, atau tindakan tertentu: biasanya dengan disertai janji yang muluk-muluk.³⁸ Selain itu, para ahli juga memiliki pendapat tersendiri mengenai apa yang dimaksud dengan propaganda. Contohnya, propaganda menurut Lindley Fraser adalah kegiatan atau seni untuk mengajak orang lain untuk

³⁸ Kamus Besar Bahasa Indonesia, <http://kbbi.web.id/propaganda> (5/4/2016, 07:03 WIB).

berperilaku sesuai dengan kehendak propagandis³⁹ dan tidak bertindak seperti yang tidak diinginkan propagandis.⁴⁰ Pendapat yang tidak jauh berbeda juga dikemukakan oleh Herbert Blumer. Blumer mengemukakan bahwa propaganda adalah suatu kampanye yang dilakukan dengan sengaja untuk mempengaruhi atau membujuk agar orang lain dapat menerima pandangan, sentimen, atau nilai.⁴¹

Penelitian ini menggunakan teori propaganda yang dikemukakan oleh Lasswell. Harold D. Lasswell dalam bukunya yang berjudul *Propaganda Technique in the World War* mendefinisikan propaganda sebagai kontrol opini dengan menggunakan simbol-simbol tertentu. Simbol-simbol tersebut antara lain berupa cerita, rumor, laporan, gambar, atau jenis komunikasi sosial lainnya.⁴²

Lasswell juga menjelaskan bahwa terdapat tiga operasi utama dalam melawan musuh dalam peperangan. Tiga operasi tersebut yaitu, tekanan militer (tindakan koersif dengan menggunakan pasukan darat, laut, dan udara), tekanan ekonomi (interferensi dalam akses terhadap sumber-sumber material, pasar, modal, dan tenaga kerja), dan propaganda (penggunaan sugesti secara langsung). Selain itu, menurut Lasswell tujuan propaganda terbagi menjadi 4, antara lain⁴³ :

- a. Untuk mengerahkan kebencian terhadap musuh.

³⁹ Propagandis merupakan individu atau kelompok yang melakukan kegiatan propaganda.

⁴⁰ Djoenaesih S. Sunarjo dan Sunarjo, 1982, *Mengenal Propaganda*, Yogyakarta: Liberty, hal. 27.

⁴¹ Ibid.

⁴² Harold D. Lasswell, 2013, *Propaganda Technique in the World War*, Mansfield Centre: Martino Publishing, hal. 9.

⁴³ Ibid, hal. 195 – 196.

Propagandis menggunakan propaganda untuk mengerahkan kebencian terhadap musuh dengan menggambarkan negara musuh sebagai negara yang mengancam dan agresor.

- b. Untuk menjaga hubungan baik dengan sekutu,

Propaganda dilakukan dengan tujuan utama pengerahan tenaga dalam penuntutan perang terhadap musuh dan mendukung tujuan perang dari pihak sekutu.

- c. Untuk menjaga hubungan baik, dan bila memungkinkan, memperoleh kerja sama dengan pihak netral.

Propaganda digunakan untuk membuat pihak netral mengetahui kepentingannya atas kekalahan musuh, selain itu mendorong mereka untuk melakukan kerjasama aktif dalam kapasitasnya di luar tindakan militer. Jika semua itu gagal, dapat dilakukan untuk mendorong rasa perdamaian dengan menggambarkan keburukan perang dan pihak musuh yang tidak ingin melakukan perdamaian, serta dengan memperburuk masalah yang ada di antara dua atau lebih pihak netral.

- d. Serta *demoralize* pihak musuh.

Propaganda dapat digunakan untuk menyerang langsung moral pihak musuh dengan mencari cara untuk memecah atau mengalihkan kebencian pihak musuh terhadap pihak lainnya.⁴⁴

Sedangkan menurut Lasswell, taktik propaganda yang baik meliputi kriteria sebagai berikut ⁴⁵ :

⁴⁴ Ibid. hal. 161.

- Pesan yang disebarkan harus dapat membangkitkan rasa tertarik kelompok tertentu.
- Pesan yang dipilih harus dapat meniadakan ide-ide yang tidak sesuai yang tidak dapat ditekan.
- Pesan yang digunakan tidak boleh bertentangan satu sama lain sampai tujuan propaganda tercapai, terutama pesan yang saling bertentangan dalam konteks yang sama dan ditujukan kepada kelompok yang sama harus dihindari.

Menurut Lasswell, setiap pesan yang terdapat dalam propaganda harus memiliki daya tarik tertentu terhadap kelompok yang menjadi sasaran propaganda. Selain itu beberapa pesan juga dibuat untuk menghilangkan ide-ide yang tidak sesuai dengan propaganda tersebut. Menghilangkan ide-ide yang tidak sesuai dilakukan dengan mengalihkan perhatian target propaganda dengan membuat ide-ide yang tidak sesuai dibuat tidak mencolok dibanding dengan ide-ide lain yang sesuai dengan pesan propaganda. Lasswell juga menjelaskan bahwa pesan yang digunakan sebaiknya tidak saling bertentangan dalam konteks yang sama dan ditujukan untuk kelompok yang sama atau dua kelompok yang saling berhubungan dekat dengan satu sama lain.

Setelah menjabarkan kriteria dan tujuan propaganda, Lasswell menjelaskan bahwa instrumen yang dapat digunakan untuk penyebaran propaganda dapat secara lisan, tertulis, menggunakan gambar atau musik, dan juga dalam bentuk variasi lainnya yang dapat mendorong target propaganda. Untuk menentukan metode yang

⁴⁵ Ibid, hal. 208 – 209.

paling tepat adalah propagandis harus menempatkan diri sesuai dengan target propaganda yang dilakukan.⁴⁶

Teori propaganda yang dikemukakan oleh Lasswell digunakan untuk menjelaskan alasan Korea Selatan menggunakan K-Pop sebagai alat propaganda terhadap Korea Utara. Pemerintah menggunakan K-Pop sebagai simbol kebebasan berekspresi yang dimiliki oleh masyarakat Korea Selatan, dan hal itu digunakan untuk mempengaruhi masyarakat Korea Utara yang berada di sekitar pebatasan Korea Selatan dan Korea Utara mengenai reunifikasi Semenanjung Korea.

Selain itu, K-Pop juga memiliki daya tarik bagi masyarakat Korea Utara meskipun persebarannya dilarang di Korea Utara. K-Pop digunakan untuk menghilangkan ide-ide peperangan dengan menyampaikan pesan keunggulan demokrasi yang dimiliki Korea Selatan dan reunifikasi Korea Selatan dan Korea Utara. Lagu-lagu K-Pop yang dijadikan konten propaganda juga tidak bertentangan dengan konten siaran propaganda Korea Selatan yang lainnya.

Menurut Robert Cole, propaganda dapat dikelompokkan berdasarkan sistemnya, sifatnya, jenis kegiatannya, dan lain-lain.⁴⁷

1) Propaganda menurut sistemnya

- a. *Symbolic interaction propaganda*, yaitu propaganda yang menggunakan simbol-simbol. Propaganda jenis ini menggunakan lambang-lambang yang

⁴⁶ Ibid, hal. 209 – 210.

⁴⁷ Lihat Robert Cole, 1996, *Propaganda in the Twentieth Century War and Politics*, Newyork: MacGraw Hill Book Company dalam Mohammad Shoelhi, 2012, *Propaganda Dalam Komunikasi Internasional*, Bandung: Sibiosa Rekatama Media, hal. 43-44.

memiliki arti tertentu, baik dalam bentuk lisan maupun tulisan, juga gambar-gambar dan isyarat-isyarat yang telah dibentuk oleh propagandis sehingga merangsang target propaganda agar dapat menerima pesan dan bereaksi sesuai dengan kehendak propagandis.

- b. *Propaganda by the deed*, yaitu jenis propaganda yang melakukan perbuatan nyata untuk memaksa target propaganda agar menerima dan memberikan reaksi sesuai apa yang diinginkan oleh propagandis.

2) Propaganda menurut sifatnya

- a. *White propaganda* (propaganda putih), propaganda jenis ini adalah propaganda yang dilakukan dengan cara yang jujur, benar, dan sportif. Isi pesan dan sumber propaganda ini jelas. Oleh karena itu, propaganda jenis ini disebut juga *overt propaganda* (propaganda terbuka), hal ini biasa digunakan untuk menyebarkan informasi atau ideologi dengan menyebutkan sumber dan dilakukan secara langsung sehingga sumber propaganda ini dapat dengan mudah diketahui.
- b. *Black propaganda* (propaganda hitam), yaitu propaganda yang dilakukan dengan cara licik untuk menipu, penuh kepalsuan, dan tidak jujur, tidak mengenal etika, dan cenderung berpikir sepihak. Propaganda jenis ini biasanya menuduh pihak lain yang melakukan kegiatan tersebut, dan tidak akan menunjukkan sumber yang sebenarnya. Propaganda ini biasa dilakukan saat perang dan situasi darurat untuk menjatuhkan pihak lawan. Oleh karena

itu, propaganda jenis ini biasa disebut *covert propaganda* atau propaganda terselubung.

- c. *Grey propaganda* (propaganda abu-abu), adalah propaganda yang tidak jelas sumbernya. Propaganda jenis ini biasanya berisi pesan untuk menimbulkan keraguan, mengacaukan pikiran, mengadu domba, dan lain sebagainya. Kegiatan ini dilakukan untuk menimbulkan keraguan bagi target propaganda terhadap suatu permasalahan yang sedang terjadi. Propaganda ini sering disebut propaganda terselubung yang kurang sempurna karena propaganda jenis ini menghindari identifikasi sumbernya.
- d. *Rational propaganda* (propaganda rasional), propaganda ini sumbernya jelas dan tujuannya dijelaskan secara rasional.

3) Propaganda menurut jenis kegiatannya

- a. Propaganda dagang yaitu propaganda melalui iklan, peragaan, pertunjukan, presentasi, pawai, dan pameran (*expo*).
- b. Propaganda politik meliputi penyebaran doktrin dan keyakinan politik tertentu.
- c. Propaganda perang, yang termasuk dalam propaganda ini adalah *war-morgering* atau propaganda untuk menimbulkan semangat perang, *defamatory* yaitu propaganda yang merusak nama baik kepala negara atau pemerintahan, *subversive* atau propaganda yang bertujuan merusak atau mengacaukan kewibawaan suatu negara dari dalam negara itu sendiri agar negara tersebut

hancur, dan *psychological warfare* (*psy-war/sykewar*) atau dapat disebut juga perang urat syaraf, yang dimaksud dengan *psywar* adalah propaganda yang menunjukkan gertakan dan pengerahan kekuatan sebagai bentuk ancaman agresi untuk menakut-nakuti pihak lawan.

- d. Propaganda budaya, propaganda jenis ini biasanya ditunjukkan melalui kegiatan pameran seni dan budaya, pertunjukan film, pentas seni atau tari, pertukaran kebudayaan, dan pameran ilmu pengetahuan atau inovasi terbaru.
- e. Propaganda agama, adalah penyebaran keyakinan atau ajaran agama. Biasanya dalam bentuk khotbah dan ceramah akbar, pertemuan agama, kegiatan keagamaan yang dilakukan secara besar-besaran dan terbuka, tablig akbar, serta pementasan drama yang berhubungan dengan agama.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Variabel Penelitian dan Analisa Data

Varibel penelitian dalam tulisan ini terbagi menjadi variabel independen atau dapat juga disebut unit eksplanasi serta variabel dependen yang juga dapat disebut unit analisa. Peneliti menetapkan propaganda Korea Selatan terhadap Korea Utara sebagai unit eksplanasi (variabel independen) dalam tulisan ini, sedangkan unit analisanya (variabel dependen) adalah hubungan Korea Selatan dan Korea Utara. Berdasarkan hal tersebut, maka tingkat analisa dalam tulisan ini adalah korelasionis

karena unit eksplanasi dan unit analisisnya sama-sama berada pada level yang setara (level negara).

1.6.2 Tipe Penelitian

Tulisan ini merupakan tipe penelitian eksplanatif karena bertujuan untuk menjelaskan dan menganalisis penggunaan K-Pop sebagai alat propaganda Korea Selatan terhadap Korea Utara dengan menggunakan teori Proapaganda.

1.6.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang penulis gunakan untuk menyelesaikan tulisan ini, penulis menggunakan metode studi pustaka. Pengumpulan data yang berhubungan dengan topik bahasan tulisan ini, penulis menggunakan berbagai sumber yaitu: buku, jurnal, artikel, dan data-data yang berasal dari situs-situs resmi.

1.6.4 Metode Analisa Data

Penelitian ini menggunakan metode analisa penelitian kualitatif. Menurut Miles dan Huberman, analisis kualitatif terdiri dari tiga alur, yang terdiri dari: (1) reduksi data yang merupakan proses memilih, meringkas, dan menyederhanakan data-data yang diperlukan serta mengabaikan data-data yang tidak diperlukan, (2) penyajian data, dimana penulis menggabungkan informasi yang didapat berdasarkan data-data berupa teks naratif, grafik, dan lain-lain yang kemudian dipahami serta dianalisa berdasarkan pemahaman terhadap data-data tersebut agar memberi kemungkinan pengambilan kesimpulan, (3) menarik kesimpulan dan verifikasi, pada

tahap ini penulis mulai mencari arti dari data-data yang ada dan melakukan uji kebenaran terhadap data-data tersebut.⁴⁸

1.6.5 Ruang Lingkup Penelitian

a. Batasan Materi

Untuk mempermudah dalam melakukan penelitian, penulis menggunakan batasan materi penelitian yaitu bagaimana penggunaan K-Pop sebagai alat propaganda Korea Selatan terhadap Korea Utara dengan menggunakan teori propaganda.

b. Batasan Waktu

Penulis memberikan batasan waktu dalam penelitian ini supaya tidak memiliki ruang lingkup yang terlalu luas. Batasan waktu dalam penelitian ini adalah dimulainya K-Pop sebagai instrumen propaganda Korea Selatan terhadap Korea Utara melalui pengeras suara pada tahun 2010-2016. Batasan tersebut karena K-Pop pertama kali digunakan sebagai salah satu konten propaganda Korea Selatan terhadap Korea Utara pada tahun 2010. Selain itu, K-Pop juga digunakan dalam siaran propaganda pada tahun 2016.

1.7 Hipotesa

Berdasarkan latar belakang masalah, rumusan masalah, dan teori propaganda yang telah dipaparkan sebelumnya akibat konflik berkepanjangan yang terjadi antara

⁴⁸ Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman, 1992, *Qualitative Data Analysis (Terj)*, Tjetjep Rohendi, Jakarta: UI-Press, hal. 20, dalam Ulber Silalahi, 2012, *Metode Penelitian Sosial*, Bandung: Refika Aditama, hal. 339 – 341.

Korea Selatan dan Korea Utara, serta tindakan provokasi yang dilakukan Korea Utara melalui tindakan percobaan nuklirnya Korea Selatan merespon tindakan tersebut dengan siaran propaganda yang memuat K-Pop sebagai salah satu kontennya. Penggunaan lagu-lagu K-Pop sebagai konten propaganda Korea Selatan bertujuan untuk melakukan *demoralize* terhadap tentara dan masyarakat Korea Utara yang berada di sekitar perbatasan Korea Selatan dan Korea Utara.

Pemerintah Korea Selatan menggunakan K-Pop sebagai alat propaganda terhadap masyarakat Korea Utara terutama tentara yang berjaga di perbatasan antara Korea Selatan dan Korea Utara untuk menurunkan semangat berperang yang dimiliki masyarakat Korea Utara. Lagu K-Pop digunakan untuk membangun ide dan ketertarikan masyarakat Korea Utara mengenai perdamaian. Sehingga masyarakat Korea Utara akan memikirkan mengenai situasi yang damai dan tanpa peperangan.

1.8 Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan	1.1 Latar Belakang Masalah 1.2 Rumusan Masalah 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian 1.3.1 Tujuan Penelitian 1.3.2 Manfaat Penelitian a. Manfaat Akademis b. Manfaat Praktis 1.4 Penelitian Terdahulu 1.5 Kerangka Teori/Konsep 1.5.1 Teori Propaganda 1.6 Metode Penelitian 1.6.1 Variabel Penelitian dan Analisa Data 1.6.2 Tipe Penelitian 1.6.3 Metode Pengumpulan Data
------------------------------------	--

	1.6.4 Metode Analisa Data 1.6.5 Ruang Lingkup Penelitian a. Batasan Materi b. Batasan Waktu 1.7 Hipotesa 1.8 Sistematika Penulisan
BAB II Penggunaan K-Pop oleh Pemerintah Korea Selatan dan <i>Korean Wave</i> di Korea Utara	2.1 Pengertian dan Perkembangan <i>Korean Wave</i> . 2.2 Pengertian dan Perkembangan K-Pop. 2.3 Peran Pemerintah Korea Selatan dalam industri <i>Korean Wave</i> . 2.4 K-Pop sebagai Alat Diplomasi Korea Selatan. 2.5 <i>Korean Wave</i> di Korea Utara.
BAB III Analisa penggunaan K-Pop sebagai Alat Propaganda Korea Selatan terhadap Korea Utara	3.1 Penggunaan Siaran Propaganda di Semenanjung Korea. 3.2 Penggunaan K-Pop sebagai Alat Propaganda Korea Selatan terhadap Korea Utara.
BAB IV Penutup	4.1 Kesimpulan 4.2 Saran

